

LAS ARMAS DE FALSEDAD MASIVA

JOSÉ VIDAL-BENEYTO

Madrid

La comunicación se ha convertido en publicidad; y la comunicación política, en propaganda. Para operar esa conversión ha sido necesario que la información se transformase en desinformación, es decir, que el conocimiento y transmisión del acontecer real no fuesen posibles, porque los datos disponibles se referían a otra realidad, producida por falsificación. Desinformar no es sólo informar mal o manipular la información; es imponer una determinada información haciendo imposible que pueda existir cualquier otra que ofrezca contenidos distintos a los suyos. Se trata de un proceso de falsificación progresiva que desemboca en una falsedad radical. Desde esa consideración, puede explicarse que el 41% de los norteamericanos crean no sólo que Irak tenía armas de destrucción masiva, sino que sus tropas las encontraron; que los refugios subterráneos de Bagdad y de Tora Bora en Afganistán no sólo existieron, sino que son impresionantes, y que cerca del 70% estén convencidos de que Saddam Husein fue el principal responsable del ataque a las Torres Gemelas, todo lo cual justifica ampliamente la guerra. Claro que esta falsa realidad en la que coinciden un tan notable porcentaje de ciudadanos es resultado de una programada operación de producción / eliminación de acontecimientos y de una potentísima campaña de *marketing* mediático.

Dos tipos de estructuras han sido las principales responsables de la operación. En primer lugar, una densa red de agencias de información, directamente dependientes del Departamento de Defensa como la DARPA (Defense Advanced Research Project Agency), dirigida por el almirante John Poindexter; la TIAO (Total Information Awareness Office); el OSP (Office of Special Plans), bajo la dirección de Abram Shulsky; la NESA (Near East and South Asia Bureau), etc., que vienen a agregarse a los servicios de inteligencia ya existentes (CIA, DIA, NASA), con los que en ocasiones entran en conflicto, y que forman una voluminosa constelación cuyo presupuesto global para 2004 supera, según el *Times*, los 40.000 millones de dólares. En segundo término, las agencias privadas de relaciones públicas encargadas de los montajes más espectaculares. Entre ellas, la de John W. Rendon, especializada desde la primera guerra del Golfo en la acogida de las tropas

liberadoras norteamericanas, contratando personas enarbolando banderas estadounidenses, aplaudiendo el derribo de la estatua de Sadam, etc. A Rendon, que ha suscrito casi siempre sus contratos con la CIA, se deben todos los vídeos y cómics tan ampliamente difundidos en 2001 y 2002 para ridiculizar a Sadam, así como la exposición itinerante de fotografías con los desmanes iraquíes. Aunque tal vez su contribución mayor desde 1992 haya consistido en el lanzamiento internacional del iraquí Ahmed Chalabi, el amigo de Paul Wolfowitz, y la creación del Congreso Nacional Iraquí. Otras grandes agencias han sido Benador Associates, Hill and Knowlton, una de las mayores del mundo, etc., a quienes se deben la producción y / o difusión de esa otra realidad favorable a la guerra a que me he referido antes. Claro que no todas han salido bien. Por ejemplo, el pretendido encuentro en Praga de Mohamed Atta y un enviado de Saddam Husein que estuvo dando vueltas en la esfera mediática hasta que Havel lo desmontó en unas rotundas declaraciones. Pero nada tan ejemplar como el *Informe sobre Irak* que Colin Powell presentó el 5 de febrero de 2003 en el Consejo de Seguridad, elaborado, según él, por los servicios británicos de espionaje y que demostraban la necesidad de la guerra de Irak. Pocos meses después se supo que había sido redactado por los ayudantes de Alistair Campbell, director de comunicación de Tony Blair, copiando 16 de sus 19 páginas, con errores gramaticales y ortográficos incluidos, de dos trabajos universitarios, uno de Ibrahim al Marashi publicado en 2002 en la *Middle East Review of International Affairs*, y otro de Ken Gause y Sean Boyne que apareció en la *Jane's Intelligence Review*, también de 2002, ambos en Internet. Pero esta adhesión masiva a la falsedad no hubiera cabido sin el martilleo periodístico y televisivo en el que Fox News, Clear Channel y los medios de Murdock, cuya audiencia sigue justificando la guerra en un porcentaje de más del 80%, se llevan la palma.

La producción de la falsedad de masa no comienza con la invasión de Irak y con su preparación. Forma ya parte del dispositivo mediático montado por Bush padre, con ocasión de la guerra del Golfo, e inspirado en la teoría y en la práctica de la desinformación (Garth S. Jowett y Victoria O'Donnell, *Propaganda and*

El País, Madrid.

persuasion, Sage 1999; Vladímír Volkoff, *Petite histoire de la désinformation*, Editions du Rocher 1999) con la novedad norteamericana de confiar su ejecución a las grandes empresas de relaciones públicas. La invasión de Kuwait por Irak en agosto de 1990 coloca a Estados Unidos en la delicada situación de tener que atacar a quien había sido su aliado privilegiado durante casi diez años, especialmente en su enfrentamiento con Irán.

¿Cómo agredir a Sadam Husein, a quien Bush había protegido en tan numerosas ocasiones frente a las acusaciones de no respetar los derechos humanos? Hill y Knowlton, tal vez la mayor empresa de *marketing* político del mundo, recibe el encargo de lanzar una campaña que prepare la opinión mundial al ataque que Norteamérica va a iniciar contra las tropas iraquíes. La financiación de la campaña corre a cargo del Gobierno kuwaití y comienza con la creación de la Fundación Ciudadanos por un Kuwait Libre, que es el abanderado de la operación y el encargado de recaudar los fondos necesarios -29 millones, 11 de origen público y 18 de empresas y particulares, de los cuales Hill y Knowlton perciben como honorarios cerca del 40%- para organizar las acciones previstas: entrevistas y conferencias de prensa con personalidades kuwaitíes que denuncian los horrores cometidos por Sadam Husein; institución de una jornada nacional en favor de Kuwait libre; publicación y distribución de varios centenares de miles de ejemplares del libro *La violación de Kuwait*; distribución de decenas de millares de camisetas con la inscripción «Liberemos Kuwait»; colocación de centenares de miles de pegatinas en los parabrisas de los coches y en los cristales de los edificios, etcétera.

Pero el núcleo central de la operación es una audiencia en el Congreso de EE UU de un comité de personalidades, presidido por dos senadores, que tienen que pronunciarse sobre los atentados a los derechos humanos cometidos por Sadam Husein. El comité no

tiene carácter oficial y, por tanto, las declaraciones falsas que se hagan no acarrear las consecuencias que tiene el mentir bajo juramento. De aquí la irrelevancia de lo que en él se diga o haga. Pero el testimonio de una joven kuwaití de 15 años, Nayirah, que cuenta entre sollozos cómo vio entrar a los soldados iraquíes en una sala de prematuros de un hospital de Kuwait-City, cómo arrancaron a los bebés de sus cunas y cómo los estrellaron contra el suelo, tuvo un gran impacto, y la Fundación por un Kuwait Libre, que precisó la cifra de 312 bebés asesinados, se encargó de que su presencia televisiva fuese constante. El presidente Bush padre se refirió a ella en varias ocasiones y fue evocada en el Congreso de EE UU y en el Consejo de Seguridad. John Mac Arthur, que ha escrito un libro demoledor sobre este episodio -*The second front: Censorship and propaganda in the Gulf War*, University of California Press 1992)- nos informa de que Nayirah era hija de Said Nasir al Sabah, embajador de Kuwait en Estados Unidos, y que la vicepresidenta de Hill y Knowlton fue quien preparó toda la prestación. John Martin, reportero de la cadena ABC, Amnistía Internacional y Middle East Watch hicieron después de la guerra una investigación a fondo sobre los pretendidos bebés destrozados y llegaron a la conclusión de que todo había sido un montaje. A pesar de lo cual la película *Live from Baghdad*, proyectada en la cadena HBO en diciembre de 2002, incluyó de nuevo el testimonio de Nayirah. Una falsedad suficientemente repetida, si no se cuestiona, se convierte en realidad incuestionable. ¿Por qué la estafa del informe de los servicios británicos de inteligencia sobre Irak en que se basó la intervención de Colin Powell en el Consejo de Seguridad de la ONU no fue denunciada en la primera página de los periódicos? ¿Por qué no se ha desmontado la superchería de los supuestos *bebés reventados por Sadam*? ¿Por qué seguimos ocultando las imposturas mediáticas de que nos servimos para justificar los bombardeos de la antigua Yugoslavia?



SEMANA DE LA LUZ CONTRA LA FALTA DE INFORMACIÓN OFICIAL

EFE. 14-03-2005. Washington. Más de 50 organizaciones periodísticas de EEUU, organizaron la Semana de la Luz, para luchar contra el «secretismo informativo» del Gobierno estadounidense. «Antes de los atentados del 11-S, la información gubernamental era accesible, a menos que existiese un buen motivo para mantenerla en secreto», apuntó Theresa Medoff, presidenta de la Asociación de la Prensa de Delaware, a lo que añadió

que «ahora la información gubernamental es secreta, a menos que se demuestre lo contrario». Tom Curley, presidente de Associated Press, afirmó que «el Gobierno Bush ha revocado el espíritu de libertad de información en EE UU». «Con la excusa de la seguridad y la amenaza terrorista cada vez hay menos información disponible», afirmó Michelle Rea, directora de la Asociación de la Prensa de Nueva York.